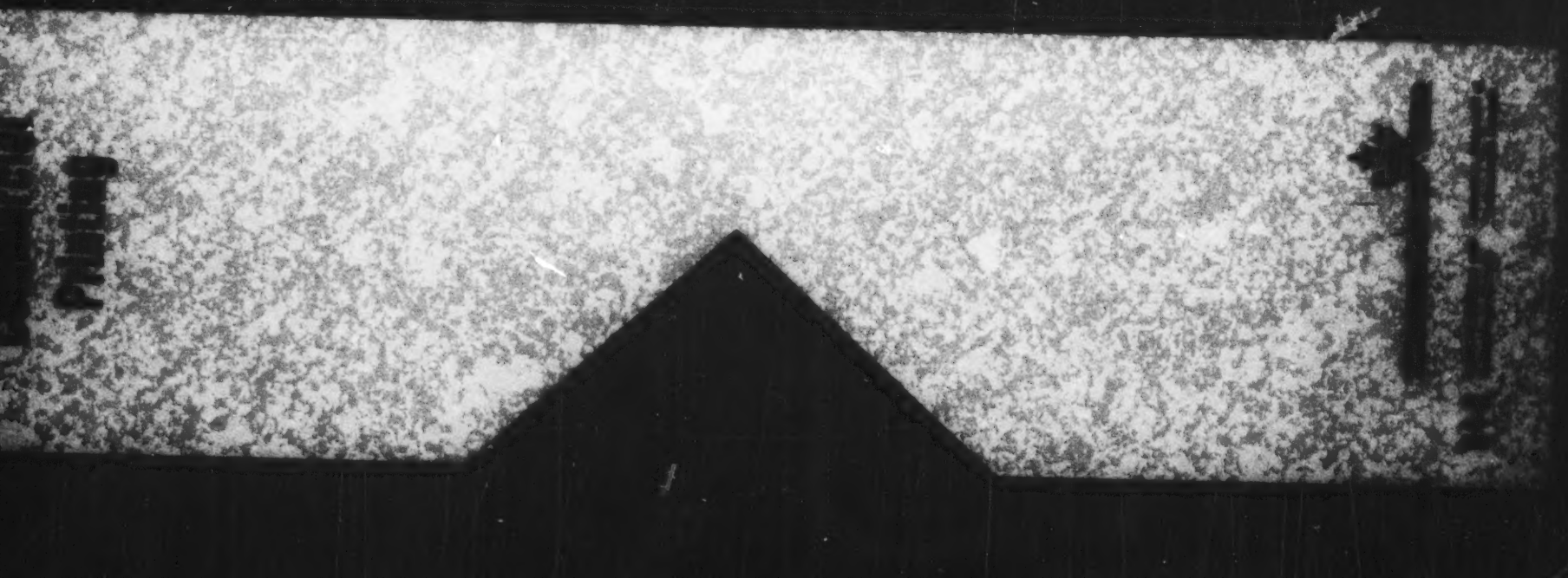
N. D U S T R Y P R O F I L E



Business Service Centres / International Trade Centres

Industry, Science and Technology Canada (ISTC) and International Trade Canada (ITC) have established information centres in regional offices across the country to provide clients with a gateway into the complete range of ISTC and ITC services, information products, programs and expertise in industry and trade matters. For additional information contact any of the offices listed below.

Newfoundland

Atlantic Place
Suite 504, 215 Water Street
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel.: (709) 772-ISTC
Fax: (709) 772-5093

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
National Bank Tower
Suite 400, 134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel.: (902) 566-7400
Fax: (902) 566-7450

Nova Scotia

Central Guaranty Trust Tower
5th Floor, 1801 Hollis Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel.: (902) 426-ISTC
Fax: (902) 426-2624

New Brunswick

Assumption Place
12th Floor, 770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON, New Brunswick
E1C 8P9
Tel.: (506) 857-ISTC
Fax: (506) 851-6429

Quebec

Tour de la Bourse
Suite 3800, 800 Place Victoria
P.O. Box 247
MONTREAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel.: (514) 283-8185
1-800-361-5367
Fax: (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor, 1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel.: (416) 973-ISTC
Fax: (416) 973-8714

Manitoba

8th Floor, 330 Portage Avenue
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel.: (204) 983-ISTC
Fax: (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
Suite 401, 119 - 4th Avenue South
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 5X2
Tel.: (306) 975-4400
Fax: (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
Suite 540, 9700 Jasper Avenue
EDMONTON, Alberta
T5J 4C3
Tel.: (403) 495-ISTC
Fax: (403) 495-4507

Suite 1100, 510 - 5th Street S.W.
CALGARY, Alberta
T2P 3S2
Tel.: (403) 292-4575
Fax: (403) 292-4578

British Columbia

Scotia Tower
Suite 900, 650 West Georgia Street
P.O. Box 11610
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel.: (604) 666-0266
Fax: (604) 666-0277

Yukon

Suite 301, 108 Lambert Street
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel.: (403) 668-4655
Fax: (403) 668-5003

Northwest Territories

Precambrian Building
10th Floor
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 2R3
Tel.: (403) 920-8568
Fax: (403) 873-6228

ISTC Headquarters

C.D. Howe Building
1st Floor East, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 952-ISTC
Fax: (613) 957-7942

ITC Headquarters

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Publication Inquiries

For individual copies of ISTC or ITC publications, contact your nearest Business Service Centre or International Trade Centre. For more than one copy, please contact

For Industry Profiles:
Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
Room 704D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-4500
Fax: (613) 954-4499

For other ISTC publications:
Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
Room 208D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-5716
Fax: (613) 954-6436

For ITC publications:
InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Canada

(V 6 91 09)

92-03298/

[redacted]

I N D U S T R Y P R O F I L E

1990–1991

COMMERCIAL PRINTING

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to growth and prosperity. Promoting improved performance by Canadian firms in the global marketplace is a central element of the mandates of Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada. This Industry Profile is one of a series of papers in which Industry, Science and Technology Canada assesses, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological, human resource and other critical factors. Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada assess the most recent changes in access to markets, including the implications of the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the profiles.

Ensuring that Canada remains prosperous over the next decade and into the next century is a challenge that affects us all. These profiles are intended to be informative and to serve as a basis for discussion of industrial prospects, strategic directions and the need for new approaches. This 1990–1991 series represents an updating and revision of the series published in 1988–1989. The Government will continue to update the series on a regular basis.

Michael Wilson

Michael H. Wilson
Minister of Industry, Science and Technology
and Minister for International Trade

Structure and Performance

Structure

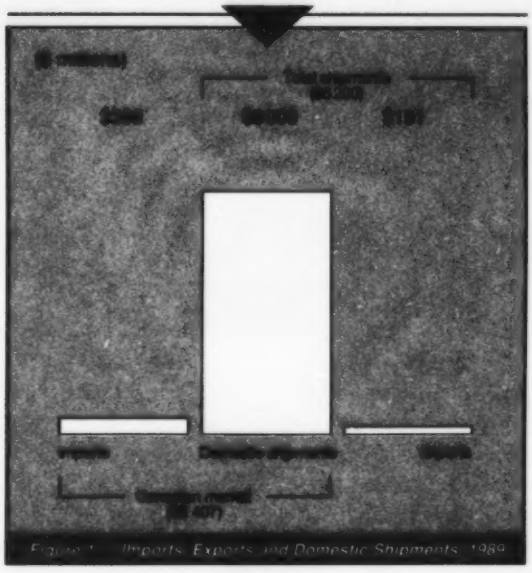
Companies in the commercial printing industry produce a wide variety of printed materials for all segments of the economy. Printing facilities within organizations such as newspaper and periodical publishers, insurance companies and governments, commonly referred to as "in-house" or "in-plant" printing, are excluded from this profile. The commercial printing industry is an integral part of the printing, publishing and allied industries sector. While a certain degree of interdependence exists between printing and publishing, the two industries are distinct.[1]

In 1989, the Canadian commercial printing industry consisted of about 2 600 companies that controlled 3 200 establishments, and employed 64 000 people. Industry shipments were valued at $6.2 billion.[2] The commercial printing industry is a major user of Canadian materials, notably paper; for example, the industry purchases about 50 percent of the Canadian production of both fine and printing papers.

Most of the industry's output involves custom work. Catalogues, circulars, price lists and other advertising matter represented the single largest product group in 1989, accounting for about 20 percent of the industry's output. Other important product groups were business forms (about 15 percent), periodicals printed for publishers (8 percent), labels (5 percent), newspapers printed for publishers (4 percent) and books printed for publishers (3 percent). The rest consisted of a variety of products such as greeting cards, banknotes, stamps, calendars, tags and tickets, each of which accounted for less than 3 percent of industry shipments in 1989.

[1] The components of publishing are addressed in separate industry profiles on *Book Publishing* and *Periodical Publishing*.

[2] In contrast, the estimated value of in-house printing in Canada was over $1 billion.



The industry is primarily oriented toward serving the Canadian market. Exports of commercial printed matter totalled only $191 million in 1989, representing 3.1 percent of industry shipments, while imports into Canada reached $398 million, accounting for 6.2 percent of the Canadian market (Figure 1). The bulk of this trade consists of arm's-length transactions. Canada's trade in this field is primarily with the United States, which took close to 80 percent of Canada's 1989 export shipments and supplied about 81 percent of Canada's imports. In this industry, foreign trade primarily involves large print runs of products of a non-time-sensitive nature; consequently, larger printers generate most of the export sales.

The benefits of industry activity extend to all regions of Canada and to both large and small communities. Although plants can be found throughout the country, the industry is heavily concentrated in Ontario and Quebec. While the industry provides important employment opportunities in smaller communities, it is concentrated in areas of high population density. Plants located in the Toronto metropolitan area account for about 37 percent of the industry's shipments, followed by Montreal (20 percent), Vancouver (5 percent), Ottawa-Hull (4 percent) and Winnipeg (3 percent).

The commercial printing industry is made up of more establishments than any other manufacturing industry in Canada. It is characterized by a large number of small (i.e., fewer than 20 employees), relatively labour-intensive enterprises. There are no major barriers to entry for small-scale plants. Roughly four-fifths of all plants employ fewer than 20 people each, but together they account for only about 20 percent of total shipments. Large establishments employing 100 people and more, about 3 percent of the total, account for roughly half of the industry's shipments. The five largest firms (Quebecor Printing, Southam Graphics, Maclean Hunter's Printing Division, Imprimerie Transcontinentale G.T.C. and Moore) account for about 35 percent of all shipments. These five firms are controlled by Canadian interests. The first four are owned by large communications conglomerates.

The industry is primarily Canadian-owned, with a strong tradition of family ownership. About 4 percent of plants are foreign-controlled, primarily by U.S. interests. These companies account for about 15 percent of industry shipments. Non-resident ownership is most extensive in the greeting card and business form fields. Conversely, most major Canadian printers now have branch plants in the United States; however, their combined share of the overall U.S. commercial printing industry's shipments is small, probably less than 5 percent. In some segments, such as business forms, the share controlled by Canadian-owned plants is much higher.

Product specialization is common among printers of business forms, greeting cards, books, labels and security documents. Most other printing establishments produce a wide range of items. Instant printers or quick printers provide rapid delivery of small orders with less stringent quality requirements. These printers generated sales estimated at roughly $300 million in 1989. In this segment of the commercial printing industry, franchising is gaining in popularity. The three largest franchise operations (Kwik-Kopy Canada, Print Three Franchising and Zippy Print) together have about 300 outlets in Canada.

A special characteristic of commercial printing, in comparison with other manufacturing industries, is that its market is segmented into two linguistic groups. In addition, for many print orders, buyer and supplier must have easy access to each other to proof copy and layouts before the actual printing takes place. The typical commercial printer generates orders through personal contact with customers. Use of intermediaries, such as distributors, jobbers and brokers is limited primarily to specialist printers.

The general structure of the commercial printing industry in other developed countries parallels that in Canada. For example, in the United States, roughly 80 percent of the plants also employ fewer than 20 people each, and printing is concentrated in states that have a large population and a large base of business activity.

Performance

Commercial printing is an industry with a long tradition. Canada's first printing plant opened in 1751. The industry manufactures a wide variety of products. Market demand for these products is influenced by a complex and interrelated mix of factors, including the population's level of education, leisure time, discretionary income and general business activity. In the 1982 to 1989 period, these factors have had a positive influence on the industry.

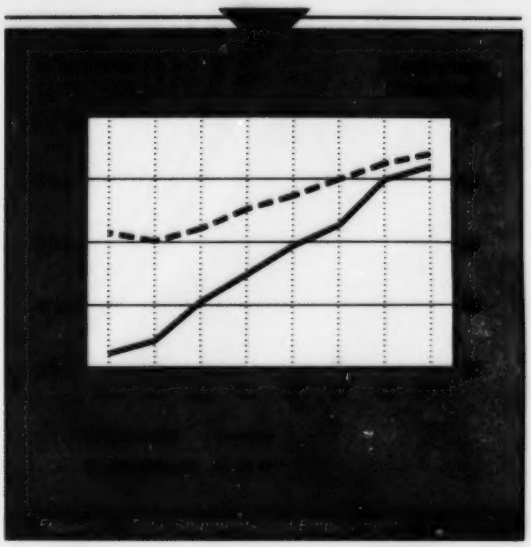
Historically, the commercial printing industry has performed better than the manufacturing sector as a whole and the economy in general. During the 1982 to 1989 period, industry shipments, in constant and current dollars, grew at an annual rate of 4.5 percent and 9.9 percent, respectively (Figure 2). The industry's share of manufacturing shipments expanded from 1.7 percent to 2 percent. Generally speaking, Canadian growth patterns in shipments in the commercial printing industry have parallelled those in the United States.

Over the last decade, the potential market of the commercial printing industry has increasingly been eroded by in-house printing plants. The requirements for convenience, speed and confidentiality are largely responsible for the growth of this activity.

A wave of corporate acquisitions has also swept the industry over the last decade. These acquisitions were frequently followed by the rationalization and, in some cases, the specialization of manufacturing operations, in order to become more cost-effective and competitive. As mentioned earlier, the five largest printing organizations accounted for about 35 percent of industry shipments in 1989, compared to an estimated 20 percent for the five largest groups in 1980.

Exports of commercial printed products grew from $63 million in 1982 to $221 million in 1988 but fell back to $191 million in 1989. The net increase of exports as a share of the industry's total output rose from 2 percent to 3.1 percent. Imports expanded from $241 million in 1982 to $398 million in 1989. Imports grew at a slower rate than domestic shipments, with their share of the Canadian market declining from 7.1 percent to 6.2 percent. However, tariffs and, to a lesser extent, non-tariff barriers, are important factors in limiting imports into Canada. Canada's trade deficit in commercial printed products increased from $178 million in 1982 to $207 million in 1989.

From 1982 to 1989, industry employment expanded at an average annual rate of 3.2 percent (Figure 2). Changes in the skills of the industry work force occurred during that



period. At one time, the industry in Canada and the United States employed primarily highly skilled craft workers. However, extensive automation of commercial printing in the last few years has reduced the need for highly skilled craft workers in favour of moderately skilled technicians. Historically, the industry has provided a higher wage structure than the overall manufacturing sector, although the difference in wage rates between commercial printing and all manufacturing has been declining.

The major vehicle for acquiring trade skills in this industry is still on-the-job training provided by management, unions and suppliers of machinery. In addition, secondary and post-secondary education is available in various aspects of graphic arts.

Financing for the majority of the smaller printers is through internally generated funds and loans from established financial institutions such as chartered banks and trust companies, while the larger firms tend to use public financing. Generally, the industry has no serious problems meeting its capital needs; this reflects both its stability and profitability.

Traditionally, before-tax profit on total income and before-tax profit on equity in this industry have out-performed the average of all manufacturing. For example, the industry's before-tax profit on equity ratio was 22.1 percent in 1987 (the latest year for which statistics are available), compared to 16.2 percent for the manufacturing sector. In general, large printing operations have done better than medium-sized and small firms.

Strengths and Weaknesses

Structural Factors

The majority of the industry's customers place small orders intermittently for a variety of printed products. For small orders, quality and good service are more important than price. As a result, small print runs and small printers usually are not subject to international competition. In contrast, large print runs are highly price-sensitive. Strong domestic and external competition exists among large and medium-sized firms for the larger print runs. To a large extent, the Canadian industry was established to serve a relatively small Canadian market protected by high tariffs. As a result, the industry overall has developed without the need to be internationally competitive.

Despite high tariff protection, the Canadian industry has a negative trade balance with the United States. As in Canada, the U.S. industry comprises a large number of small businesses. However, the Americans have an advantage in the relative size of their largest establishments and firms, which clearly dwarf their Canadian counterparts. For example, R.R. Donnelley & Sons, the largest general commercial printer in the United States, reported corporate sales of C$3.7 billion in 1989. This figure is equivalent to roughly 60 percent of total shipments for the whole Canadian commercial printing industry.

In addition, large U.S. printers have fewer manufacturing plants than their Canadian counterparts. Typically, such plants in the United States are dedicated to the printing of large quantities of a limited number of products. In contrast, large printing firms in Canada often have numerous plants located across the country, producing a wider variety of products for local or regional consumption.

Raw materials and wages represent the two greatest cost factors for printers, averaging about 30 percent and 23 percent of the sales dollar, respectively. On an exchange rate-adjusted basis, prices for most raw materials used by printers in 1989 were somewhat higher in Canada than in the United States. While no critical difficulties obtaining materials have been experienced by the Canadian commercial printing industry in the past few years, some grades and sizes of Canadian paper have been at times in tight supply. Such shortages have forced Canadian printers to import part of their requirements, usually from the United States.

In addition, labour productivity was about 30 percent (currency-adjusted) higher in the United States in 1987. The difference in labour productivity levels can be attributed to several factors. As a group, the large U.S. printers are much larger than their Canadian counterparts, and they consequently achieve greater economies of scale. In addition, the shorter print runs in Canada, due to the segmentation of an already small market into two linguistic groups, militates against such economies. Finally, the much larger U.S. market can sustain a higher degree of specialization among printers.

While most large Canadian printers generally use state-of-the-art technologies, the Canadian commercial printing industry as a whole has not kept pace with its American counterpart in modernizing its manufacturing facilities. Historically, capital expenditures as a percentage of sales and capital expenditures per production worker have been lower in Canada than in the United States, despite the fact that Canadian printers, as a group, have usually performed as well as their U.S. counterparts in terms of before-tax profit on operating income and return on investment. The lower investment levels in Canada are due in some measure to the more conservative attitudes of Canadian managers. The battle for market share among the larger printers has also escalated further in the United States than in Canada, leading to greater capital expenditures.

The Canadian industry has some particular strong points. While it is not cost-competitive with the U.S. industry, it has a reputation for producing products that can compete effectively in terms of quality. Over the last decade, industry consolidation has increased significantly in Canada. More and more Canadian printers are realizing that they must become increasingly market-driven.

Transportation is not a significant cost element for printers that serve local markets only. However, for firms interested in serving larger market areas, distance can become a limiting cost factor. As a result, the bulk of Canada's trade in commercial printed products with the United States takes place between parties located relatively close to the border.

Management characteristics of equivalent-sized companies in the Canadian and U.S. printing industries are similar. In most instances, larger firms employ more effective management systems. Small firms tend to be owned by entrepreneurs who have printing or direct selling backgrounds and less expertise in other functions. The size of these firms restricts the feasibility of employing a full-fledged management team.

Trade-Related Factors

Canada, like most developed nations, provides duty-free entry to periodicals, newspapers and books. In addition, Canada provides duty-free entry to other selected printed products such as maps, banknotes and religious calendars. In 1989, about 40 percent of all imports of commercial printed products entered Canada duty-free. Where applicable, Canadian Most Favoured Nation (MFN) rates in 1989 ranged from a low of 6.8 percent to a high of 28.6 percent.

In particular, advertising matter, the industry's largest and fastest-growing product line, was protected by tariff rates of 24.3 percent and 28.6 percent. In contrast, the United States provided duty-free entry to advertising matter in 1989. Where applicable, MFN tariff rates on printed matter in the United States extended from 0.4 percent to 5.8 percent. In comparison, tariff rates in the European Community (EC) ranged from 2.5 percent to 7.2 percent in 1989, while Japanese tariff rates did not exceed 4.2 percent.

Many countries have introduced non-tariff barriers to assist their commercial printing industries. A significant Canadian measure is Section 19 of the federal *Income Tax Act*. This section, introduced in 1964, prohibited Canadian advertisers from deducting advertising expenses for the Canadian market from their taxable income when this advertising was placed in non-Canadian newspapers or periodicals. To qualify as "Canadian," newspapers and periodicals had, among other things, to be printed and typeset in Canada. An important non-tariff barrier in the United States is the prohibition on the importation of lottery materials.

Printing is not covered by the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) Code on Government Procurement. Government procurement practices are a major non-tariff barrier affecting trade in printed materials. In Canada, the federal government solicits bids only from Canadian printers, and most provinces and municipalities grant some form of preferential treatment to their local printers. Governments in the United States, the EC and Japan also have adopted print purchasing policies that give preferential treatment to domestic suppliers.

Both Canada and the United States require that most printed paper products imported into the country be marked to indicate the country of origin. Over the years, many Canadian printers have reported that the U.S. requirements have had an adverse effect on their export marketing efforts.

Under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), the tariffs on printed matter and on raw materials required by printers will be phased out by 1 January 1993. In addition, as of 1 January 1989, Canada removed the "print and typeset in Canada" requirement, one of the criteria used to define Canadian newspapers and periodicals and, thus, eligibility for the deduction of advertising expenses for income tax purposes. The U.S. federal embargo on lottery materials will be removed on 1 January 1993; however, individual state restrictions will not be affected.

Technological Factors

In Canada, as in most other countries, very few printers devote resources, on a sustained basis, to the development of new products or to improving existing ones. The limited research and development (R&D) in the industry to improve product technology is concentrated in specialized subsectors, such as business forms and security printing. Similarly, the world commercial printing industry generally relies on suppliers of machinery and equipment to originate technological developments in manufacturing processes. Because of the existence of several competing printing methods, extensive ongoing R&D programs are conducted by these suppliers in their quest of a larger share of the market.

Most efforts in the last few years have been directed toward automation of pre-printing, printing and post-printing processes and improvement in the speed and efficiency of machinery and equipment. One of the most significant developments has been the introduction of desktop publishing (DTP) systems. DTP has almost completely transformed the pre-press operations.

Most of the R&D work is done outside Canada, primarily in the United States, Germany and Japan. Nonetheless, the new, more sophisticated manufacturing technologies are available worldwide. As a result of these technologies, the printing industry, worldwide, is slowly shifting away from its former state as a relatively labour-intensive, craft-oriented manufacturing process toward a capital-intensive, technology-oriented system of production. Suppliers now offer printing machinery and equipment in a wide range of prices, output and performance appropriate for most client needs.

Average annual capital expenditures by the Canadian commercial printing industry during the second half of the 1980s were much higher than during the first half. Although the Canadian industry, overall, is still not as "current" as the U.S. industry, more Canadian printers now have state-of-the-art machinery and equipment and, in general, are well aware of new manufacturing technologies.

Other Factors

The manufacturing processes used in commercial printing are not directly linked to serious pollution or occupational health and safety related problems. Nonetheless, the industry in Canada, like that in the United States, has had to comply with increasingly stringent federal, provincial and local regulations concerning clean air, waste disposal and worker safety. The industry has had to take a number of corrective measures, including the installation of pollution-control devices, recycling systems and recovery units.

Government departments and agencies at all levels are major users of print materials. For example, in the fiscal year 1988–1989, Supply and Services Canada purchased print materials worth $154 million on behalf of the federal government. On the other hand, the federal government and several provincial governments are themselves engaged in printing activities. For example, about 30 percent of the print needs of the federal government are met through in-house printing operations.

About one-quarter of the commercial printing industry's output is ultimately distributed through the postal system. Consequently, changes in postal rates and regulations, as well as mail disruptions, have an important influence on the printing industry.

In the last decade, governments in Canada have made efforts to promote the growth of periodical and book publishing. Commercial printers in Canada have benefited from the strengthening of the publishing industry.

Many of the products released by the publishing and commercial printing industries are subject to provisions of the Canadian *Copyright Act*. Adequate copyright protection is important in order to provide sufficient incentive for creative activities to take place. The Act, however, had become obsolete and no longer provided adequate protection to creators. A first series of major revisions was made in June 1988. An important revision affecting the publishing and commercial printing industries relates to the penalties for infringement. Under the new Act, the penalties are much tougher, up to $1 million in fines and five years in jail, compared to a maximum fine of only $200 and two months in jail under the old Act. A second series of amendments dealing primarily with the concerns of users of copyright material is expected to be introduced in Parliament in the near future.

Evolving Environment

At the time of writing, the Canadian and American economies were showing signs of recovering from a recessionary period. During the recession, companies in the industry generally experienced reduced demand for their outputs, in addition to longer-term underlying pressures to adjust. In some cases, the cyclical pressures may have accelerated adjustments and restructuring. With the signs of recovery, though still uneven, the medium-term outlook will correspondingly improve. The overall impact on the industry will depend on the pace of the recovery. In 1990, lower demand for printed products has resulted in an overcapacity situation, many layoffs, some plant closures, price-cutting practices and lower profit margins.

Overall, Canadian demand for commercial printed products over the medium term will grow at a moderate rate. Factors such as the amount of leisure time and the level of education of the population will continue to have a positive influence. Other factors, such as the anticipated slower rate of population growth and the recent recession, will have a negative impact. In addition, the next few years will bring to maturity a number of technological developments in electronic transaction systems, computer-output microfilm systems, videotext and other non-print methods of transmitting and storing information. These developments will adversely affect some printed products, notably some types of paper-based business forms and directories. While there will continue to be some market erosion by substitutes for printed products, the so-called paperless society will not materialize in the medium term. However, the industry's potential market will continue to be eroded by in-house printing plants.

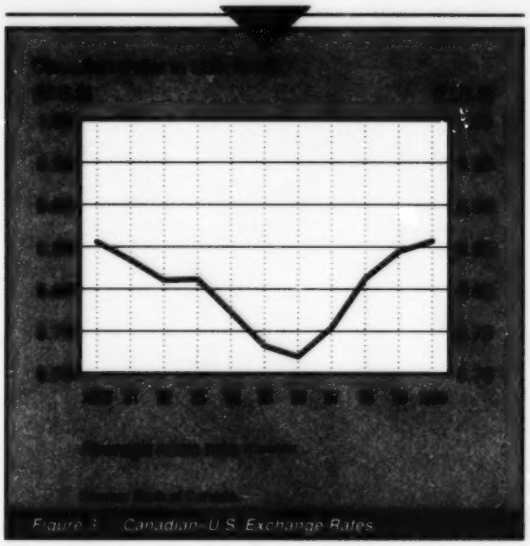


Figure 3 Canadian-U.S. Exchange Rates

In December 1989, the federal government announced its intention to phase out the postal subsidy for newspapers, periodicals and books. In addition, these products, which were exempted from the old manufacturer's sales tax, are taxable under the goods and services tax (GST) that was introduced on 1 January 1991. These two measures will likely have an adverse effect on the publishing industry and in turn on commercial printers.

On the international front, the United States should continue to offer relatively good potential markets for efficient Canadian printers over the medium term, if there are no significant increases in the value of the Canadian dollar in relation to U.S. currency. Conversely, a decline in the value of the Canadian dollar would have a short-term positive impact on the level of international competitiveness of Canadian printers (Figure 3) but would risk rekindling inflationary pressures in Canada.

Given the relatively poor prospects that have been forecast for the North American economy over the next few years, investment by commercial printers in the coming years will probably be directed at improving their competitiveness rather than to increasing their capacity.

Increasing concentration of manufacturing facilities and shipments among the major printing organizations will

likely continue. Many printers consider acquisition the best corporate strategy for expanding into new markets.

No critical shortages of paper or other raw materials currently used by commercial printers are expected over the medium term, although there will no doubt be spot shortages from time to time. The use of recycled paper stock will expand substantially in response to environmental concerns. Since energy consumption in commercial printing is small, moderate increases in energy prices will not significantly affect the industry's competitive position.

In general, the industry should face no critical problems in attracting sufficient workers. However, the future skills and aspirations of the Canadian labour force and the requirements of the commercial printing industry in the coming years could conflict and lead to production bottlenecks in some segments. From a managerial perspective, the wider selection and higher cost of printing machinery in the future, coupled with increased competition in the marketplace, will increase pressures on managers in the printing industry to more effectively manage human and financial resources and marketing techniques. In view of this situation, Employment and Immigration Canada has initiated a study of present and future labour market conditions for the printing and allied industries. The study is to be completed in 1991.

The introduction of technological developments by suppliers of printing machinery and equipment should continue at a relatively rapid pace over the medium term. However, no dramatic developments in process technologies are expected during the next few years. Research and development will focus on refining existing technologies. In particular, electronics and computers will continue to make rapid inroads into printing plants of all sizes to improve quality, speed, efficiency and economy.

The FTA is increasing competitive pressures on the Canadian printing industry. The elimination of Canadian tariffs over a five-year period provides an opportunity for the large U.S. printers, with their economies of scale, to increase their share of the Canadian market. With the first tariff cut in 1989, several U.S. printers have, for the first time, started to solicit large print contracts in Canada, while other printers who were already exporting to Canada have increased their marketing efforts. Already, some U.S. printers have secured several large print orders. Canadian imports of all commercial printed matter from the United States reached $322 million in 1989, an increase of 17.1 percent over 1988, the largest annual increase recorded since 1984. Canadian imports of advertising matter alone increased by 51.7 percent between 1988 and 1989.

In addition, the elimination of the "print and typeset in Canada" requirement as one of the criteria in defining Canadian newspapers and periodicals has led some Canadian publishers to subcontract their printing needs to U.S. printers. Fortunately, factors such as freight costs and the need for many Canadian publishers to maintain a distinctively Canadian image suggest that only a limited number of publishers will be able to take advantage of this situation. In 1989, Canadian printers generated about $500 million from the printing of newspapers and periodicals.

A number of Canadian printers, mostly medium-sized firms, may find it difficult to adjust to growing import competition. On the other hand, Canadian exports could increase as a result of the removal of the U.S. tariffs on printed matter and the lifting of the trade embargo on lottery materials. The FTA has stimulated greater interest in exporting among Canadian printers.

In addition to increased competition from U.S. suppliers, the Canadian industry is expected to face stronger import pressures from overseas countries due to innovations in technology. As indicated earlier, many print orders depend on buyers and suppliers having easy access to each other. Recent improvements in communication technologies, including fax machines and satellites, will make transacting business at a greater distance much easier, notably by enabling the transmission, at reasonable costs, of typesetting and film work between printers and print buyers.

Competitiveness Assessment

International competition in this industry applies primarily to larger print runs. A few large, efficient Canadian companies are internationally competitive. However, overall the Canadian commercial printing industry is currently not considered to be internationally competitive. Economies of scale and specialization are often not fully exploited. A major component of the industry relies on high Canadian tariffs to inhibit penetration by imports of large print runs from the United States. The large number of small firms serving local markets with small print runs, however, is not generally affected by imports.

Overall, the FTA is having some negative effects on the Canadian industry. Most large Canadian printers have started to respond to the challenge of free trade. For a number of reasons, including economic and market factors as well as managerial attitudes, medium-sized printers are moving at a much slower pace than larger firms in taking the necessary steps to adjust to the increasing competitive pressures. Nonetheless, the Canadian industry, given its inherent strengths, has the potential to adjust positively to free trade with the United States.

For further information concerning the subject matter contained in this profile or in the ISTC sectoral studies listed on page 12, contact

Consumer Products Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Commercial Printing
235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-3100
Fax: (613) 954-3107

PRINCIPAL STATISTICS[a]

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Establishments	2 702	2 882	2 920	3 049	3 145	2 951	3 111	3 200[b]
Employment	51 463	50 145	52 102	55 241	57 273	59 913	62 436	64 000[b]
Shipments ($ millions)	3 227	3 430	4 049	4 482	4 931	5 264	5 985	6 200[b]
GDP[b] (constant 1981 $ millions)	1 315	1 301	1 472	1 541	1 610	1 662	1 741	1 784
Investment[c] ($ millions)	95.3	96.1	169.6	171.9	231.2	264.5	208.7	223.8
Profits after tax[d] ($ millions)	231.4	271.0	287.7	315.1	297.1	390.9	N/A	N/A
(% of income)	6.9	8.1	6.8	6.7	5.8	6.9	N/A	N/A

[a]For establishments, employment and shipments, see *Printing, Publishing and Allied Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 36-251, annual (SIC 2811, business forms printing industry, and SIC 2819, other commercial printing industries).

[b]ISTC estimates.

[c]See *Capital and Repair Expenditures, Manufacturing Subindustries, Intentions*, Statistics Canada Catalogue No. 61-214, annual. Quoted numbers represent capital expenditures only.

[d]See *Corporation Financial Statistics*, Statistics Canada Catalogue No. 61-207, annual.

N/A: not available

TRADE STATISTICS

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Exports[a] ($ millions)	63	76	111	149	180	202	221	191
Domestic shipments ($ millions)	3 164	3 354	3 938	4 333	4 751	5 062	5 764	6 009[b]
Imports[c] ($ millions)	241	264	311	318	371	364	345	398
Canadian market ($ millions)	3 405	3 618	4 249	4 651	5 122	5 426	6 109	6 407[b]
Exports (% of shipments)	2.0	2.2	2.7	3.3	3.7	3.8	3.7	3.1
Imports (% of Canadian market)	7.1	7.3	7.3	6.8	7.2	6.7	5.6	6.2[b]

[a]The export statistics quoted in this report understate the actual level of export orientation of the Canadian commercial printing industry. For statistical purposes, Canada's international trade in newspapers, periodicals and books is usually assigned to the publishing industry by Statistics Canada. However, a good portion of Canadian exports of these commodities originates from companies classified to the commercial printing industry. In contrast, the bulk of Canada's imports of these commodities originates from foreign publishers as opposed to commercial printers. See *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly.

[b]ISTC estimates.

[c]See *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly. For 1988 and following years, children's picture, drawing and colouring books are excluded. Data for previous years have been revised accordingly. It is important to note the 1988 and 1989 data are based on the Harmonized Commodity Description and Coding System (HS). Prior to 1988, the shipments, exports and imports data were classified using the Industrial Commodity Classification (ICC), the Export Commodity Classification (XCC) and the Canadian International Trade Classification (CITC), respectively. Although the data are shown as a continuous historical series, users are reminded that HS and previous classifications are not fully compatible. Therefore, changes in the 1988 levels reflect not only changes in shipment, export and import trends, but also changes in the classification systems. It is impossible to assess with any degree of precision the respective contribution of each of these two factors to the total reported changes in 1988 and 1989 levels.

SOURCES OF IMPORTS[a] (% of total value)

	1984	1985	1986	1987	1988	1989
United States	84.0	83.4	80.8	81.6	77.4	81.1
European Community	9.6	10.0	11.1	11.1	13.5	10.5
Asia	4.8	4.8	6.1	5.6	6.4	6.6
Other	1.6	1.8	2.0	1.7	2.7	1.8

[a]See *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly.

DESTINATIONS OF EXPORTS[a] (% of total value)

	1984	1985	1986	1987	1988	1989
United States	86.6	88.9	89.1	85.8	89.5	79.7
European Community	4.2	4.7	4.9	8.3	5.2	10.2
Asia	1.3	1.3	1.1	1.3	1.1	2.4
Other	7.9	5.1	4.9	4.6	4.2	7.7

[a]See *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly.

REGIONAL DISTRIBUTION[a] (average over the period 1986 to 1988)

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	British Columbia
Establishments (% of total)	4.2	28.2	43.2	14.3	10.1
Employment (% of total)	X	28.2	52.4	X	6.1
Shipments (% of total)	X	28.1	53.7	X	6.5

[a]See *Printing, Publishing and Allied Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 36-251, annual (SIC 2811, business forms printing industry, and SIC 2819, other commercial printing industries).

X: confidential

MAJOR FIRMS (1989)

Name	Country of ownership	Location of major plants
Imprimerie Transcontinentale G.T.C. Ltée	Canada	Saint-Laurent (9 plants in Canada, 3 in the United States)
Maclean Hunter Limited – Printing Division	Canada	Toronto (24 plants in Canada, 4 in the United States)
Moore Corporation Limited	Canada	Toronto (10 plants in Canada, 140 abroad)
Quebecor Printing Inc.	Canada	Montreal (34 plants in Canada, 11 in the United States)
Southam Graphics Group	Canada	Toronto (22 plants in Canada, 3 in the United States)

INDUSTRY ASSOCIATIONS

Association des arts graphiques du Québec
Suite 101, 65 Castelnau Street West
MONTREAL, Quebec
H2R 2W3
Tel.: (514) 274-7446
Fax: (514) 274-7482

Canadian Printing Industries Association
Suite 906, 75 Albert Street
OTTAWA, Ontario
K1P 5E7
Tel.: (613) 236-7208
Fax: (613) 236-8169

SECTORAL STUDIES AND INITIATIVES

The following publications are available from the nearest Business Service Centre (see inside front cover) or from ISTC headquarters (see address on page 8).

The Canadian Business Forms Printing Industry
February 1991. 50 pages.

The Canadian Greeting Cards Industry
March 1989. 30 pages.

The Canadian Label Printing Industry
June 1988. 24 pages.

The Canadian Lithographic Platemaking Industry
May 1990. 32 pages.

These studies describe the basic structures and features of each industry, review its performance in the recent past, provide a statement of its competitiveness vis-à-vis its U.S. counterpart, and describe the major forces that will be likely to influence its future direction over the medium term.

Printed on paper containing recycled fibres.

Imprimerie commerciale

PROFIL DE L'INDUSTRIE

Centres de services aux entreprises d'ISTC et Centres de commerce extérieur

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Commerce extérieur Canada (CEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à leur clientèle de se renseigner sur les services, les documents d'information, les programmes et l'expérience professionnelle disponibles dans ces deux Ministères en matière d'industrie et de commerce. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un ou l'autre des bureaux dont la liste apparaît ci-dessous.

Terre-Neuve

Atlantic Place
215, rue Water, bureau 504
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-ISTC
Télécopieur : (709) 772-5093

Île-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
National Bank Tower
134, rue Kent, bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400
Télécopieur : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Central Guaranty Trust Tower
1801, rue Hollis, 5e étage
C.P. 940, succursale M
HALIFAX (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-ISTC
Télécopieur : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick

Assumption Place
770, rue Main, 12e étage
C.P. 1210
MONCTON (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-ISTC
Télécopieur : (506) 851-6429

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria, bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185
1-800-361-5367
Télécopieur : (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest, 4e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-ISTC
Télécopieur : (416) 973-8714

Manitoba

330, avenue Portage, 8e étage
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-ISTC
Télécopieur : (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
119, 4e Avenue sud, bureau 401
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 5X2
Tél. : (306) 975-4400
Télécopieur : (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
9700, avenue Jasper,
bureau 540
EDMONTON (Alberta)
T5J 4C3
Tél. : (403) 495-ISTC
Télécopieur : (403) 495-4507

510, 5e Rue sud-ouest,
bureau 1100
CALGARY (Alberta)
T2P 3S2
Tél. : (403) 292-4575
Télécopieur : (403) 292-4578

Colombie-Britannique

Scotia Tower
650, rue Georgia ouest,
bureau 900
C.P. 11610
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0266
Télécopieur : (604) 666-0277

Yukon

108, rue Lambert, bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655
Télécopieur : (403) 668-5003

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
10e étage
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Tél. : (403) 920-8568
Télécopieur : (403) 873-6228

Administration centrale d'ISTC

Édifice C.D. Howe
235, rue Queen
1er étage, tour Est
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 952-ISTC
Télécopieur : (613) 957-7942

Administration centrale de CEC

InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376

Demandes de publications

Pour recevoir un exemplaire de l'une des publications d'ISTC ou de CEC, veuillez communiquer avec le Centre de services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur le plus près de chez vous. Si vous désirez en recevoir plus d'un exemplaire communiquez avec l'un des trois bureaux suivants.

Pour les Profils de l'industrie :
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 704D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-4500
Télécopieur : (613) 954-4499

Pour les autres publications d'ISTC :
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 208D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-5716
Télécopieur : (613) 954-6436

Pour les publications de Commerce extérieur Canada :
InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376
Télécopieur : (613) 996-9709

Canada

(V 6 91 09)

1990–1991

IMPRIMERIE COMMERCIALE

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution rapide du commerce international, l'industrie canadienne doit pouvoir soutenir la concurrence si elle veut connaître la croissance et la prospérité. Favoriser l'amélioration du rendement de nos entreprises sur les marchés du monde est un élément fondamental des mandats confiés à Industrie, Sciences et Technologie Canada et à Commerce extérieur Canada. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents grâce auxquels Industrie, Sciences et Technologie Canada procède à l'évaluation sommaire de la position concurrentielle des secteurs industriels canadiens, en tenant compte de la technologie, des ressources humaines et de divers autres facteurs critiques. Les évaluations d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et de Commerce extérieur Canada tiennent compte des nouvelles conditions d'accès aux marchés de même que des répercussions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Pour préparer ces profils, le Ministère a consulté des représentants du secteur privé.

Veiller à ce que tout le Canada demeure prospère durant l'actuelle décennie et à l'orée du vingt-et-unième siècle, tel est le défi qui nous sollicite. Ces profils, qui sont conçus comme des documents d'information, seront à la base de discussions solides sur les projections, les stratégies et les approches à adopter dans le monde de l'industrie. La série 1990–1991 constitue une version revue et corrigée de la version parue en 1988–1989. Le gouvernement se chargera de la mise à jour régulière de cette série de documents.

Michael H. Wilson
Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
et ministre du Commerce extérieur

Structure et rendement

Structure

L'industrie de l'imprimerie commerciale regroupe les établissements s'occupant de la production d'une grande variété d'articles imprimés destinés à tous les secteurs de l'économie. Les ateliers d'impression comme il s'en trouve au sein d'organismes comme les journaux et les périodiques, les compagnies d'assurances et les gouvernements et désignés comme de l'imprimerie « interne », sont exclus de ce profil. L'industrie de l'imprimerie commerciale fait partie intégrante du secteur des industries de l'imprimerie, de l'édition et des industries connexes. Il y a un certain rapport d'interdépendance entre l'imprimerie et l'édition, mais ces deux secteurs sont distincts l'un de l'autre[1].

En 1989, l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale comptait environ 2 600 entreprises contrôlant 3 200 établissements et employant 64 000 personnes. Les expéditions étaient évaluées à 6,2 milliards de dollars[2]. L'industrie de l'imprimerie commerciale utilise beaucoup de matières d'origine canadienne, notamment le papier, et elle achète près de 50 % de la production canadienne de papier fin et de papier d'impression.

Les travaux sur commande représentent la plus grande partie de la production. En 1989, les catalogues, les circulaires, les listes de prix et autres imprimés publicitaires représentaient le groupe de produits le plus important, soit environ 20 % de la production totale. Les autres groupes importants étaient constitués des formulaires commerciaux (environ 15 %), des périodiques imprimés pour les éditeurs (8 %),

[1] Les composantes de l'édition sont décrites dans deux autres profils d'industries : *Édition de livres* et *Édition de périodiques*.

[2] Par comparaison, la valeur de l'imprimerie « interne » au Canada était estimée à plus d'un milliard de dollars.

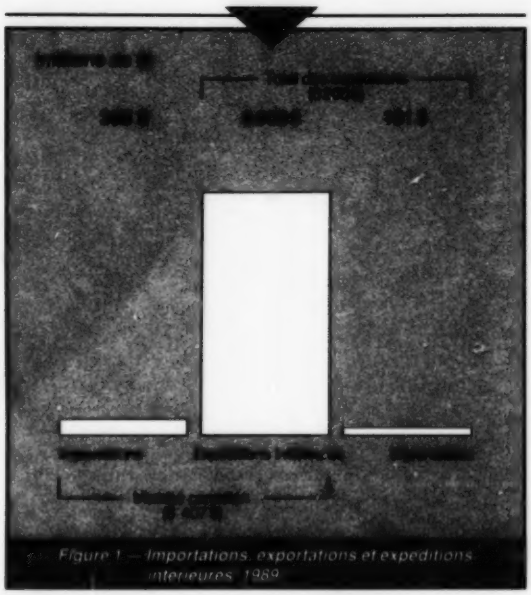


Figure 1 — Importations, exportations et expéditions intérieures, 1989

des étiquettes (5 %), des journaux imprimés pour les éditeurs (4 %) et des livres imprimés pour les éditeurs (3 %). Le reste se compose d'une variété de produits comme les cartes de souhaits, les billets de banque, les timbres, les calendriers et les billets d'admission, chacun de ces groupes représentant moins de 3 % des expéditions de l'industrie en 1989.

Cette industrie est axée d'abord et avant tout sur le marché canadien. En 1989, les exportations des produits de l'imprimerie commerciale représentaient seulement 191 millions de dollars, c'est-à-dire 3,1 % des expéditions totales. Les importations au Canada atteignaient 398 millions de dollars, soit 6,2 % du marché canadien (figure 1). Le gros de ce commerce est fait de transactions indépendantes. Dans le domaine de l'imprimerie commerciale, les échanges du Canada se font surtout avec les États-Unis, qui ont reçu près de 80 % des exportations canadiennes en 1989 et qui ont fourni environ 81 % des importations effectuées au Canada. Dans cette industrie, le commerce extérieur comprend surtout les produits non urgents à grand tirage. Par conséquent, ce sont les grandes entreprises d'impression qui pourvoient aux ventes d'exportations les plus importantes.

Toutes les régions du Canada, les petites collectivités comme les plus grandes, bénéficient de cette industrie. Il y a des imprimeries partout au pays, mais elles se concentrent surtout en Ontario et au Québec. Cette industrie procure de nombreux emplois dans les petites localités, mais elle se retrouve surtout dans les régions à forte densité de population. Les imprimeries installées dans le Toronto métropolitain réalisent environ 37 % des expéditions du secteur, alors que celles de Montréal suivent avec 20 %, celles de Vancouver avec 5 %, celles d'Ottawa-Hull avec 4 % et celles de Winnipeg avec 3 %.

L'industrie de l'imprimerie commerciale comprend plus d'établissements que toute autre industrie manufacturière canadienne. Elle se caractérise par un grand nombre de petits établissements (moins de 20 employés) à forte intensité de main-d'œuvre. Il n'y a pas de barrières majeures à l'entrée de petites entreprises dans ce secteur. En gros, les quatre cinquièmes de toutes les imprimeries emploient moins de 20 personnes, mais ensemble ces imprimeries ne fournissent que 20 % de toutes les expéditions. Quant aux imprimeries employant plus de 100 personnes, elles constituent près de 3 % du total et fournissent environ la moitié des expéditions. Les cinq entreprises les plus importantes sont Quebecor, Southam graphique, la Division de l'imprimerie de Maclean Hunter, Imprimerie Transcontinentale G.T.C. et Moore; elles fournissent environ 35 % de toutes les expéditions. Ces cinq entreprises sont entre les mains d'actionnaires canadiens. Les quatre premières sont la propriété d'importants conglomérats du secteur des communications.

Il s'agit avant tout d'une industrie à propriété canadienne et de tradition familiale. Environ 4 % des imprimeries sont de propriété étrangère, surtout américaine. Ces dernières effectuent près de 15 % des expéditions. Le degré de propriété étrangère est le plus élevé dans les sous-secteurs de la production de cartes de souhaits et de formulaires commerciaux. Inversement, la plupart des principaux imprimeurs canadiens ont établi des filiales aux États-Unis, mais leur part totale du marché américain est négligeable, probablement de moins de 5 %. Dans certains sous-secteurs, comme celui des formulaires commerciaux, la part des succursales canadiennes est beaucoup plus élevée.

La spécialisation est monnaie courante parmi les imprimeurs de formulaires commerciaux, de cartes de souhaits, de livres, d'étiquettes et de documents de sécurité. La plupart des autres imprimeurs fabriquent une grande variété de produits. Les imprimeurs « instantanés » exécutent rapidement les petites commandes à condition que les exigences de qualité ne soient pas trop élevées. En 1989, ces imprimeries ont réalisé des ventes évaluées à environ 300 millions de dollars. Dans ce secteur particulier de l'imprimerie commerciale, le franchisage gagne en popularité. Les trois entreprises de franchisage les plus importantes sont Kwik-Kopy Canada, Print Three Franchising et Zippy Print, qui comptent à elles trois environ 300 franchises au Canada.

Une caractéristique particulière du secteur de l'imprimerie commerciale, comparativement aux autres industries

manufacturières, est que son marché est divisé en deux groupes linguistiques. En outre, pour de nombreuses commandes d'impression, l'acheteur et le fournisseur doivent avoir accès l'un à l'autre pour la correction des épreuves et des bleus avant l'impression. Normalement, l'imprimeur commercial obtient des commandes grâce à ses relations personnelles avec ses clients. Le recours aux intermédiaires, comme les distributeurs, les sous-traitants ou les courtiers, est limité aux imprimeurs spécialisés.

La structure de l'industrie de l'imprimerie commerciale dans les autres pays industrialisés est semblable à celle de l'industrie canadienne. Aux États-Unis, par exemple, environ 80 % des imprimeries emploient moins de 20 personnes et elles sont installées dans les États à forte densité de population et à activité commerciale intense.

Rendement

L'imprimerie commerciale est une industrie qui a une longue tradition. La première imprimerie canadienne remonte à 1751. L'industrie fabrique une grande variété de produits. La demande est influencée par toute une série de facteurs à la fois complexes et interdépendants, y compris le niveau d'éducation de la population, les loisirs, le revenu disponible et l'état général de l'économie. Ces facteurs ont eu une influence favorable sur l'imprimerie commerciale entre 1982 et 1989.

Celle-ci, dans le passé, s'est mieux comportée que le secteur manufacturier pris dans son ensemble et que l'économie en général. Entre 1982 et 1989, les expéditions du secteur, en dollars constants et courants, ont augmenté à des taux annuels de 4,5 % et de 9,9 % respectivement (figure 2). La part de cette industrie dans les expéditions de produits manufacturés est passée de 1,7 à 2 %. En général, les expéditions du secteur de l'imprimerie commerciale canadienne ont connu une croissance parallèle à ce que l'on pouvait observer aux États-Unis.

Durant la dernière décennie, le marché potentiel de l'industrie de l'imprimerie commerciale a été graduellement érodé par les imprimeries « internes ». Les facteurs de commodité, de rapidité et de confidentialité expliquent en grande partie la croissance de cette activité.

Une vague d'acquisitions a aussi marqué cette industrie durant la dernière décennie. Souvent, les nouveaux acheteurs se hâtaient de rationaliser les entreprises et, dans certains cas, de les spécialiser, afin de les rendre rentables et plus concurrentielles. Comme nous l'avons déjà mentionné, les cinq entreprises d'imprimerie les plus importantes ont fourni environ 35 % des expéditions durant l'année 1989, comparativement à environ 20 % pour les cinq entreprises les plus importantes, en 1980.

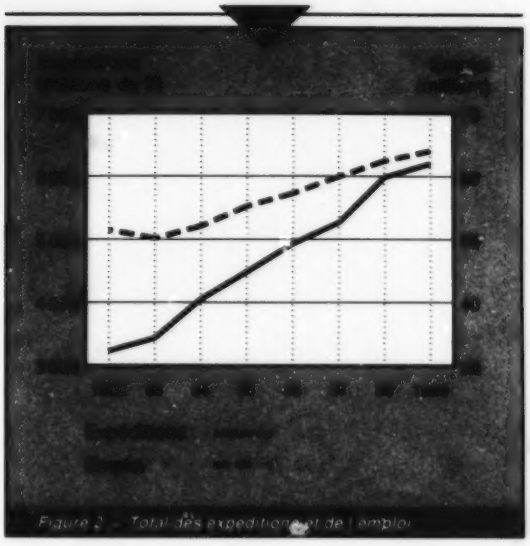


Figure 2 – Total des expéditions et de l'emploi

Les exportations de produits d'impression commerciale sont passées de 63 millions de dollars en 1982 à 221 millions en 1988; elles sont cependant retombées à 191 millions de dollars en 1989. L'accroissement net des exportations en fonction de la production totale de cette industrie est passé de 2 % à 3,1 %. Les importations, qui étaient de 241 millions de dollars en 1982, ont atteint 398 millions de dollars en 1989. Les importations ont augmenté plus lentement que les expéditions intérieures, leur part du marché canadien passant de 7,1 à 6,2 %. Cependant, les tarifs et, à un moindre degré, les barrières non tarifaires sont des facteurs importants dans la limitation des importations au Canada. Le déficit commercial du Canada dans le secteur des produits de l'impression commerciale a augmenté; de 178 millions de dollars qu'il était en 1982, il est passé à 207 millions de dollars en 1989.

Entre 1982 et 1989, les emplois dans cette industrie ont augmenté en moyenne de 3,2 % par année (figure 2). Durant cette période, les compétences de la main-d'œuvre de l'industrie ont évolué. Il fut une époque où l'imprimerie commerciale canadienne et américaine employait surtout des ouvriers de métier très spécialisés. Cependant, l'automatisation étendue qu'a connue l'imprimerie commerciale au cours des récentes années a réduit le besoin d'ouvriers de métier spécialisés en faveur de techniciens moins spécialisés. Cette industrie a toujours offert des salaires plus élevés que l'ensemble du secteur industriel, même si l'écart tend maintenant à diminuer.

Le meilleur moyen d'acquérir de la compétence dans le secteur de l'imprimerie demeure encore celui de la formation sur le tas dispensée par la direction, les syndicats et les fournisseurs d'équipement. En outre, pour certains aspects

des arts graphiques, on peut recevoir la formation voulue dans les institutions d'enseignement secondaire et post-secondaire.

La majorité des petits imprimeurs obtiennent le financement dont ils ont besoin à même leurs propres fonds ou en contractant des prêts auprès des banques à charte et des sociétés de fiducie. Les entreprises les plus importantes ont tendance à recourir au financement public. En général, ce secteur industriel n'éprouve aucune difficulté majeure à obtenir les fonds dont il a besoin, ce qui témoigne de sa stabilité et de sa rentabilité.

Les bénéfices avant impôts réalisés sur l'ensemble des revenus et sur le capital, ont toujours dépassé ceux de l'ensemble du secteur industriel. Ainsi, en 1987 (dernière année pour laquelle nous disposons de statistiques), le ratio du rendement, avant impôts, du secteur de l'imprimerie commerciale au chapitre des capitaux était de 22,1 %, comparativement à 16,2 % pour l'ensemble du secteur manufacturier. En général, les grandes entreprises d'imprimerie commerciale ont mieux réussi dans ce domaine que les PME du même secteur.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Dans cette industrie, la clientèle se compose surtout de petits acheteurs qui, à intervalles irréguliers, passent de petites commandes pour une variété de produits. Pour ces clients, la qualité du produit et du service importe davantage que les prix. Par conséquent, les petits travaux et les petites imprimeries ne sont pas soumis à la concurrence internationale. Par contre, le prix est d'une importance fondamentale dans les impressions à grand tirage. Parmi les entreprises de grande et de moyenne envergure, il y a une concurrence très forte au plan intérieur et international. En bonne partie, l'industrie canadienne a été mise sur pied pour desservir un marché canadien assez resteint et protégé par des tarifs élevés. Par conséquent, l'ensemble de l'industrie a évolué sans ressentir le besoin de devenir concurrentielle au plan international.

Malgré une protection tarifaire élevée, le secteur canadien de l'imprimerie affiche une balance commerciale déficitaire avec les États-Unis. Le secteur américain, comme le canadien, compte un grand nombre de petites entreprises. Cependant, les Américains ont un avantage en ce qui a trait à l'envergure relative de leurs plus grands établissements et de leurs plus grandes entreprises, qui éclipsent nettement leurs concurrentes canadiennes. Par exemple, R.R. Donnelley & Sons, l'imprimeur commercial le plus important des États-Unis, a réalisé en 1989 pour 3,7 milliards de dollars CAN de ventes. Ce chiffre équivaut à environ 60 % des expéditions totales de l'ensemble des imprimeurs commerciaux du Canada.

En outre, les principaux imprimeurs américains possèdent moins d'imprimeries que leurs homologues canadiens. Les installations américaines s'adonnent généralement à l'impression à grand tirage d'un nombre limité de produits. À l'opposé, les principales entreprises canadiennes disposent de nombreuses installations à travers le pays et produisent une plus grande variété d'imprimés pour distribution sur les marchés local et régional.

Les coûts les plus importants auxquels font face les imprimeurs sont liés à la matière première et aux salaires, qui représentent respectivement environ 30 % et 23 % des prix de vente. Compte tenu des taux de change, les coûts de la plupart des matières premières ont été, en 1989, plus importants au Canada qu'aux États-Unis. L'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale n'a pas connu de difficultés graves d'approvisionnement ces dernières années; toutefois, certaines qualités et certains formats de papier se sont faits rares. Ces pénuries ont forcé les imprimeurs canadiens à importer une partie de leurs matières premières, particulièrement des États-Unis.

En plus, les salaires horaires sont maintenant légèrement plus élevés au Canada qu'aux États-Unis. En outre, la productivité de la main-d'œuvre, compte tenu du taux de change, était en 1987 d'environ 30 % plus élevée aux États-Unis. Cet écart de productivité peut être attribué à plusieurs facteurs. Dans l'ensemble, les principaux imprimeurs américains sont beaucoup plus gros que leurs homologues canadiens et ils réalisent par conséquent de plus grandes économies d'échelle. En plus, la division en deux groupes linguistiques au sein d'un marché canadien déjà plus restreint donne lieu à des tirages plus modestes et empêche de telles économies. Enfin, le marché américain, beaucoup plus grand, peut supporter un plus haut niveau de spécialisation chez les imprimeurs.

Alors que la plupart des principaux imprimeurs canadiens utilisent les technologies de pointe, l'imprimerie commerciale en général ne s'est pas modernisée comme l'a fait l'industrie américaine. Les ratios des dépenses de capital par rapport au pourcentage des ventes et des dépenses de capital par travailleur de la production ont toujours été plus bas au Canada qu'aux États-Unis. Pourtant, dans l'ensemble, les imprimeurs canadiens ont obtenu un rendement aussi intéressant que leurs homologues américains en termes de bénéfices avant impôts sur leurs opérations et sur le rendement des investissements. Les investissements sont moins élevés au Canada et cela est dû en bonne partie aux attitudes plus

traditionnelles des gestionnaires canadiens. La lutte que se livrent les imprimeurs pour obtenir une meilleure part du marché est plus vive aux États-Unis qu'au Canada, ce qui a eu pour effet d'augmenter les dépenses de capital.

Les avantages de l'industrie canadienne sont les suivants : bien qu'elle ne soit pas concurrentielle avec l'industrie américaine au chapitre des coûts, elle a la réputation de l'être en ce qui a trait à la qualité. Au cours des dix dernières années, la consolidation de l'industrie a fait des progrès significatifs au Canada. De plus en plus d'imprimeurs canadiens se rendent compte qu'ils doivent davantage orienter leurs activités en fonction du marché.

Pour les imprimeurs qui desservent seulement les marchés locaux, les coûts du transport ne constituent pas un facteur important. Cependant, pour les entreprises intéressées à desservir un marché occupant un territoire plus vaste, les distances comptent davantage. En conséquence, le gros des échanges commerciaux entre le Canada et les États-Unis dans le domaine de l'imprimerie se font entre partenaires installés relativement près des frontières.

Les styles de gestion des entreprises de dimensions équivalentes au Canada et aux États-Unis sont similaires. Dans la plupart des cas, les entreprises les plus importantes recourent à des systèmes de gestion plus efficaces. Les petites entreprises sont la propriété de personnes qui ont de l'expérience dans les domaines de l'imprimerie et de la vente directe et moins d'expertise dans certaines autres fonctions. Ces sociétés sont trop petites pour se permettre d'embaucher une équipe de gestionnaires spécialisés.

Facteurs liés au commerce

Au Canada, comme dans la plupart des pays industrialisés, les périodiques, les journaux et les livres entrent en franchise. En outre, le Canada laisse entrer en franchise certains autres imprimés sélectionnés comme les cartes géographiques, les billets de banques et les calendriers religieux. En 1989, environ 40 % de toutes les importations d'imprimés commerciaux sont entrées au Canada en franchise. En 1989, le tarif de la nation la plus favorisée variait de 6,8 à 28,6 %. En particulier, les imprimés publicitaires, le groupe de produits le plus important et celui qui affiche le taux de croissance le plus élevé, étaient protégés par des tarifs de 24,3 % et de 28,6 %. Pour leur part, les États-Unis laissaient les imprimés publicitaires entrer en franchise en 1989. Les tarifs de la nation la plus favorisée aux États-Unis variaient de 0,4 % à 5,8 %. En comparaison, les tarifs de la Communauté européenne (CE) variaient de 2,5 à 7,2 %, en 1989, alors que les tarifs japonais n'excédaient pas 4,2 %.

Plusieurs pays utilisent des barrières non tarifaires pour soutenir leur industrie de l'imprimerie commerciale. L'article 19 de la *Loi canadienne de l'impôt* constitue une disposition importante à cet égard. En vertu de cet article, mis en vigueur en 1964, les annonceurs canadiens n'ont pas le droit de déduire de leurs revenus imposables leurs dépenses de publicité s'adressant au marché canadien, lorsque la publicité a été placée dans des journaux ou des périodiques non canadiens. Pour être considérés comme « canadiens », les journaux et les périodiques doivent, entre autres, être composés et imprimés au Canada. Aux États-Unis, une des importantes barrières non tarifaires empêche l'importation de billets de loterie.

L'imprimerie n'est pas touchée par l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) sur les politiques d'achat du gouvernement. Les pratiques d'achat du gouvernement constituent une barrière non tarifaire d'importance majeure affectant le commerce des imprimés. Au Canada, le gouvernement fédéral adresse ses appels d'offres exclusivement aux imprimeries canadiennes, et la plupart des provinces et des municipalités accordent une forme quelconque de traitement privilégié aux imprimeries locales. Aux États-Unis, au sein de la Communauté européenne et au Japon, les gouvernements ont également adopté des politiques d'achat qui accordent un statut privilégié aux imprimeries de leur propre pays.

Le Canada et les États-Unis exigent que la plupart des imprimés importés portent la marque du pays d'origine. Au cours des ans, un grand nombre d'imprimeurs canadiens ont déclaré que les exigences américaines nuisaient à leurs exportations.

En vertu de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), les tarifs sur les imprimés et la matière première seront abolis en date du 1er janvier 1993. En outre, à compter du 1er janvier 1989, le Canada a supprimé l'obligation de composition et d'impression au Canada de la liste des exigences servant à définir les journaux et les périodiques canadiens aux fins de dépenses publicitaires admissibles à une déduction fiscale. Les États-Unis mettront fin, à compter du 1er janvier 1993, à leur embargo sur les billets de loterie, mais les restrictions en vigueur dans chaque État continueront à s'appliquer.

Facteurs technologiques

Au Canada, comme dans la plupart des autres pays, très peu d'imprimeurs consacrent des fonds de façon soutenue au développement de nouveaux produits ou à l'amélioration des produits existants. Le peu de recherche et de développement (R.-D.) qui se fait dans cette industrie pour améliorer les produits existants ou pour mettre au point de nouveaux produits est réalisé dans des sous-secteurs spécialisés, comme ceux des formulaires commerciaux et des documents

de sécurité. De même, l'imprimerie commerciale dans le monde se fie généralement aux fabricants de machines et d'équipement pour lancer des techniques nouvelles de production. À cause des nombreuses méthodes d'impression qui entrent en concurrence, ces fabricants réalisent des programmes intensifs de R.-D. dans le but d'obtenir une part plus importante du marché.

Ces dernières années, les efforts ont surtout porté sur l'automatisation des procédés de pré-impression, d'impression et de post-impression et sur l'amélioration du rythme de production des machines et du matériel. Une des innovations les plus intéressantes a été l'avènement des systèmes d'édition électronique (éditique). Cette technologie a complètement transformé les opérations de pré-impression.

La plupart des travaux de R.-D. se font à l'étranger, surtout aux États-Unis, en Allemagne et au Japon. Cependant, on peut avoir accès aux nouvelles technologies les plus sophistiquées dans le monde entier. Grâce à ces technologies, l'industrie de l'imprimerie, partout dans le monde, se transforme lentement; de secteur à haute densité de main-d'œuvre recrutée dans les corps de métier, elle devient un secteur à haute densité de capital et à forte intensité technologique. La machinerie et le matériel d'imprimerie sont dorénavant accessibles à des prix variés, de même que pour des productions et des rendements divers.

Les dépenses annuelles moyennes de capital consenties par l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale au cours de la dernière moitié des années 1980 ont été beaucoup plus considérables qu'au cours de la première moitié. Quoiqu'en général le secteur canadien ne soit pas encore à la hauteur du secteur américain, plus nombreux sont les imprimeurs canadiens qui disposent d'une machinerie et d'un équipement à la fine pointe du progrès et qui sont tout à fait au courant des nouvelles technologies de production.

Autres facteurs

Les processus de fabrication utilisés dans le secteur de l'imprimerie commerciale ne posent pas de problèmes sérieux touchant la pollution, la santé ou la sécurité au travail. Malgré tout, le secteur canadien, à l'instar du secteur américain, a dû se conformer à des règlements fédéraux, provinciaux et municipaux de plus en plus exigeants dans les domaines de la propreté de l'air, de l'élimination des déchets et de la sécurité des travailleurs. Les imprimeurs ont dû prendre une série de mesures correctives, y compris l'installation d'appareils antipollution, de systèmes de recyclage et d'appareils de récupération.

À tous les niveaux, les ministères et organismes du gouvernement sont de grands consommateurs d'imprimés. Ainsi, au cours de l'année financière 1988–1989, Approvisionnements et Services Canada a acheté, pour le compte du gouvernement fédéral, des imprimés d'une valeur de 154 millions de dollars. Par ailleurs, le gouvernement fédéral ainsi que plusieurs gouvernements provinciaux exploitent leurs propres services d'impression. Ainsi, environ 30 % des besoins du gouvernement fédéral sont comblés par des ateliers internes.

Près du quart de la production de l'imprimerie commerciale est livrée par la poste. Par conséquent, toute modification des tarifs et des règlements postaux ainsi que toute perturbation dans la distribution du courrier ont des répercussions sérieuses sur le secteur de l'imprimerie.

Au cours de la dernière décennie, les gouvernements fédéral et provinciaux ont pris diverses initiatives pour favoriser la croissance des secteurs de l'édition des livres et des périodiques. Les imprimeries commerciales canadiennes ont profité de la nouvelle vigueur de l'industrie de l'édition.

Un bon nombre des produits du secteur de l'imprimerie commerciale et de l'édition sont assujettis aux dispositions de la *Loi sur le droit d'auteur*. La protection assurée par cette loi est importante si l'on veut favoriser la création. Cette loi était tombée en désuétude et ne protégeait plus les auteurs de façon adéquate. Une première série de révisions importantes a été réalisée en juin 1988. Une importante révision touchant les industries de l'édition et de l'imprimerie commerciale concerne les peines prévues pour les infractions. En vertu de la loi révisée, les peines sont plus sévères, pouvant atteindre un million de dollars et cinq ans d'emprisonnement, comparativement à des amendes de seulement 200 dollars et à des peines de deux mois de prison selon l'ancienne loi. Une deuxième série de modifications touchant surtout les utilisateurs de matériel couvert par le droit d'auteur sera vraisemblablement déposée devant le Parlement dans un avenir rapproché.

Évolution du milieu

Au moment où nous rédigeons ce profil, l'économie du Canada de même que celle des États-Unis montrent des signes de redressement, à la suite d'une période de récession. Après avoir vu leurs carnets de commandes diminuer, les entreprises du secteur de l'imprimerie ont dû subir des pressions sous-jacentes les incitant à une restructuration à long terme. Dans certains cas, ces pressions cycliques ont eu pour effet d'accélérer le processus d'adaptation et de restructuration. Avec les signes de relance, même s'ils sont encore irréguliers, la perspective à moyen terme va s'améliorer. L'effet du phénomène sur le secteur de l'imprimerie dépend du rythme même de la relance.

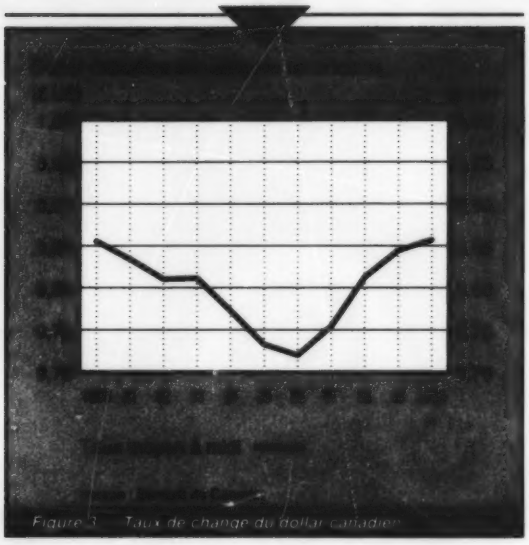


Figure 3 Taux de change du dollar canadien

En 1990, l'industrie a connu une diminution de la demande : il s'est ensuivi une surcapacité de production, des mises à pied, des fermetures d'ateliers, des réductions de prix et une diminution des profits.

Dans l'ensemble, la demande canadienne pour les imprimés va augmenter modérément à moyen terme. Parmi les facteurs qui continueront d'avoir une influence positive, il faut noter le temps consacré aux loisirs et la hausse du niveau d'éducation. Par contre, certains facteurs auront un effet négatif dont le ralentissement de la croissance démographique et la récente récession. Au cours des prochaines années, on devrait assister à la généralisation de certaines techniques de pointe comme les systèmes de transaction électronique, les systèmes informatisés de microfilm, le vidéotex et autres méthodes non imprimées de transmission et de stockage de l'information. Ces techniques auront un effet négatif sur quelques produits du secteur de l'imprimerie, notamment, certains types de formulaires imprimés et d'annuaires. Le marché continuera à être érodé dans une certaine mesure par les produits qui remplacent les imprimés, mais la société « sans papier » n'est pas encore pour demain. Cependant, les ateliers « internes » vont continuer à grignoter le marché de l'industrie de l'imprimerie.

En décembre 1989, le gouvernement fédéral faisait connaître son intention d'éliminer graduellement ses subventions postales aux journaux, aux périodiques et aux livres. En outre, ces produits, exempts de l'ancienne taxe de vente aux manufacturiers, sont maintenant taxables en vertu de la taxe sur les produits et services (TPS) entrée en vigueur le 1er janvier 1991. Ces deux mesures auront vraisemblablement un effet défavorable sur l'industrie de l'édition et, par voie de conséquence, sur l'imprimerie commerciale.

Sur le plan international, le marché américain devrait rester, à moyen terme, un débouché assez intéressant pour les imprimeurs canadiens compétents, à moins que le dollar canadien n'augmente par rapport au dollar américain. Pour les mêmes raisons, une chute du dollar canadien aurait une incidence positive à court terme sur le niveau de concurrence internationale des imprimeurs canadiens (figure 3), mais risquerait de ranimer les pressions inflationnistes au Canada.

Comme les prévisions concernant l'économie nord-américaine pour les prochaines années sont assez pessimistes, les imprimeurs commerciaux investiront plutôt dans l'amélioration de leur capacité concurrentielle que dans l'accroissement de leur capacité de production.

Il est probable que les grands établissements ainsi que les expéditions se concentreront toujours davantage entre les mains des principales entreprises. Un bon nombre d'imprimeurs considèrent que l'acquisition constitue la meilleure stratégie d'entreprise pour s'installer sur de nouveaux marchés.

À moyen terme, on ne prévoit pas de pénurie de papier ni d'autres matières premières, mais il y aura sans doute des pénuries occasionnelles. En réponse aux préoccupations écologiques de la population, l'utilisation du papier recyclé connaîtra une expansion substantielle. L'industrie de l'imprimerie consomme peu d'énergie, de sorte que des augmentations modérées des prix de l'énergie ne vont pas affecter sa capacité de soutenir la concurrence.

En général, l'industrie ne devrait faire face à aucun problème majeur pour attirer les travailleurs dont elle a besoin. Cependant, les compétences et les aspirations de la main-d'œuvre canadienne de même que les exigences de l'imprimerie commerciale pourraient donner lieu à des conflits face aux besoins de l'industrie, et provoquer des embouteillages dans certains domaines. En ce qui concerne la gestion, il faut noter que le matériel sera plus cher, les choix seront plus nombreux et la concurrence sera plus serrée. Cela mettra de la pression sur les épaules des imprimeurs qui devront gérer avec plus d'efficacité leurs ressources humaines et financières ainsi que leur activités de commercialisation. C'est pourquoi Emploi et Immigration Canada a entrepris une étude sur les conditions présentes et sur les perspectives d'emploi dans l'industrie de l'imprimerie et les secteurs connexes. Cette étude sera terminée en 1991.

À moyen terme, les développements techniques apportés par les fabricants de machinerie et d'équipement devraient se poursuivre à un rythme assez rapide. Cependant, au cours des années qui viennent, on n'attend aucune technologie révolutionnaire. La R.-D. devrait porter sur l'amélioration

des techniques actuelles. L'électronique et l'ordinateur continueront leur percée dans les imprimeries, quelle que soit leur envergure, pour en améliorer la qualité, la vitesse, l'efficacité et la rentabilité.

L'ALE a des effets négatifs sur l'industrie canadienne de l'imprimerie, car l'élimination des tarifs canadiens en cinq ans permettra aux grandes industries américaines de tirer parti de leurs économies d'échelle et d'augmenter leur part du marché canadien. Avec la première élimination de tarif en 1989, plusieurs imprimeurs américains ont commencé, pour la première fois, à solliciter d'importants contrats au Canada, alors que d'autres, qui exportaient déjà dans ce pays, ont accru leurs activités de commercialisation. Déjà, certains imprimeurs américains ont obtenu plusieurs commandes importantes. En 1989, les importations canadiennes de l'ensemble des imprimés provenant des États-Unis se chiffraient à 322 millions de dollars, une augmentation de 17,1 % par rapport à 1988, l'augmentation annuelle la plus importante depuis 1984. À elles seules, les importations canadiennes de matériel de publicité ont augmenté de 51,7 % entre 1988 et 1989.

En outre, la levée de l'obligation de composition et d'impression au Canada pour les journaux et les périodiques a poussé certains imprimeurs canadiens à faire imprimer leurs produits par des imprimeurs américains. Heureusement, il est probable que peu d'éditeurs canadiens pourront profiter de cette situation à cause des coûts du transport et de l'obligation qu'ils ont de préserver une image canadienne distincte. En 1989, les imprimeurs canadiens ont tiré des revenus d'environ 500 millions de dollars de l'impression de journaux et de périodiques.

Un certain nombre d'imprimeurs canadiens, surtout des entreprises de moyenne envergure, trouveront difficile de s'adapter à l'accroissement de la concurrence qui leur est faite par les importations. D'autre part, les exportations canadiennes pourraient s'accroître à la suite de l'abolition des tarifs américains sur les imprimés et de la levée de l'embargo sur les billets de loterie. À la suite de l'ALE, les imprimeurs canadiens ont manifesté plus d'intérêt pour l'exportation.

En plus d'une concurrence plus serrée de la part des fournisseurs américains, l'industrie canadienne de l'imprimerie devra faire face à des pressions plus fortes des importations en provenance des pays d'outre-mer, à cause des innovations technologiques. Comme on l'a souligné plus haut, de nombreuses commandes exigent que l'acheteur et l'imprimeur soient proches l'un de l'autre. Les récentes améliorations dans les technologies des communications, y compris les télécopieurs et les satellites, faciliteront les communications à distance, notamment en permettant la transmission, à des coûts raisonnables, des films et des épreuves de composition entre les imprimeurs et leurs clients.

Évaluation de la compétitivité

La concurrence internationale touche surtout l'impression à grand tirage. Quelques grandes entreprises canadiennes très efficaces peuvent soutenir la concurrence sur le plan international. Cependant, dans l'ensemble, l'industrie canadienne n'est pas compétitive. On ne se préoccupe pas assez de profiter d'économies d'échelles et de se spécialiser. Une des principales caractéristiques de l'industrie est de compter sur des tarifs douaniers élevés pour empêcher la pénétration d'importants tirages en provenance des États-Unis. Cependant, les nombreuses imprimeries de petite taille qui desservent les marchés locaux et qui impriment à tirage limité ne sont généralement pas touchées par les importations.

En général, l'ALE a une incidence négative sur l'imprimerie commerciale canadienne. La plupart des imprimeurs canadiens d'importance ont commencé à répondre au défi posé par le libre-échange. Pour un certain nombre de raisons, y compris des facteurs économiques, des raisons de marché et des habitudes de gestion, les imprimeurs d'envergure moyenne semblent plus lents à s'adapter à l'accroissement de la concurrence. Cependant, compte tenu de ses forces inhérentes, l'industrie canadienne a tout ce qu'il faut pour s'adapter au libre-échange avec les États-Unis.

Pour plus de renseignements sur ce dossier, ou sur les études sectorielles d'ISTC (voir page 12) s'adresser à la

Direction générale des biens de consommation
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Imprimerie commerciale
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-3100
Télécopieur : (613) 954-3107

PRINCIPALES STATISTIQUES[a]

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Établissements	2 702	2 882	2 920	3 049	3 145	2 951	3 111	3 200[b]
Emploi	51 463	50 145	52 102	55 241	57 273	59 913	62 436	64 000[b]
Expéditions (millions de $)	3 227	3 430	4 049	4 482	4 931	5 264	5 985	6 200[b]
PIB[b] (millions de $ constants de 1981)	1 315	1 301	1 472	1 541	1 610	1 662	1 741	1 784
Investissements[c] (millions de $)	95,3	96,1	169,6	171,9	231,2	264,5	208,7	223,8
Bénéfices après impôts[d] (millions de $)	231,4	271,0	287,7	315,1	297,1	390,9	n.d.	n.d.
(% des revenus)	6,9	8,1	6,8	6,7	5,8	6,9	n.d.	n.d.

[a] Pour les établissements, l'emploi et les expéditions, voir *Imprimerie, édition et industries connexes*, nº 36-251 au catalogue de Statistique Canada, annuel. CTI 2811 (Industrie de l'impression des formulaires commerciaux) et CTI 2819 (Autres industries d'impression commerciale).

[b] Estimations d'ISTC.

[c] Voir *Dépenses d'immobilisations et de réparations, sous-industries manufacturières, perspective*, nº 61-214 au catalogue de Statistique Canada, annuel. Les statistiques citées représentent uniquement les dépenses d'immobilisations.

[d] Voir *Statistiques financières des sociétés*, nº 61-207 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

n.d. : non disponible

STATISTIQUES COMMERCIALES

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Exportations[a] (millions de $)	63	76	111	149	180	202	221	191
Expéditions intérieures (millions de $)	3 164	3 354	3 938	4 333	4 751	5 062	5 764	6 009[b]
Importations[c] (millions de $)	241	264	311	318	371	364	345	398
Marché canadien (millions de $)	3 405	3 618	4 249	4 651	5 122	5 426	6 109	6 407
Exportations (% des expéditions)	2,0	2,2	2,7	3,3	3,7	3,8	3,7	3,1
Importations (% du marché canadien)	7,1	7,3	7,3	6,8	7,2	6,7	5,6	6,2[b]

[a] Les statistiques à l'exportation citées dans ce dossier sous-estiment les exportations dans l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale. À des fins statistiques, les exportations canadiennes de journaux, de périodiques et de livres sont habituellement classifiées dans l'industrie de l'édition par Statistique Canada. Cependant, une bonne partie des exportations canadiennes dans ce secteur proviennent de sociétés classées dans l'industrie de l'imprimerie commerciale. Par ailleurs, l'essentiel des importations canadiennes de ces produits proviennent d'éditeurs étrangers et non d'imprimeries commerciales. Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

[b] Estimations d'ISTC.

[c] Voir *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel. Pour 1988 et les années qui suivent, les livres d'images et les albums à dessiner et à colorier sont exclus. Les données des années antérieures ont été révisées en conséquence. Il importe de noter que les données de 1988 et de 1989 se fondent sur le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH). Avant 1988, les données sur les expéditions, les exportations et les importations étaient classifiées selon la Classification des produits industriels (CPI), la Classification des marchandises d'exportation (CME), et le Code de la classification canadienne pour le commerce international (CCCCI), respectivement. Bien que les données soient présentées comme une série chronologique, nous rappelons que le SH et les codes de classification précédents ne sont pas entièrement compatibles. Ainsi, les données de 1988 ne traduisent pas seulement les variations des tendances des expéditions, des importations et des exportations, mais aussi le changement de système de classification. Il est donc impossible d'évaluer avec précision la part respective de chacun de ces deux facteurs.

PROVENANCE DES IMPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	84,0	83,4	80,8	81,6	77,4	81,1
Communauté européenne	9,6	10,0	11,1	11,1	13,5	10,5
Asie	4,8	4,8	6,1	5,6	6,4	6,6
Autres	1,6	1,8	2,0	1,7	2,7	1,8

[a] Voir *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

DESTINATION DES EXPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	86,6	88,9	89,1	85,8	89,5	79,7
Communauté européenne	4,2	4,7	4,9	8,3	5,2	10,2
Asie	1,3	1,3	1,1	1,3	1,1	2,4
Autres	7,9	5,1	4,9	4,6	4,2	7,7

[a] Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

RÉPARTITION RÉGIONALE[a] (moyenne de la période 1986–1988)

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Établissements (% du total)	4,2	28,2	43,2	14,3	10,1
Emploi (% du total)	X	28,2	52,4	X	6,1
Expéditions (% du total)	X	28,1	53,7	X	6,5

[a] Voir *Imprimerie, édition et industries connexes*, nº 36-251 au catalogue de Statistque Canada, annuel, CTI 2811 (Industrie de l'impression de formulaires commerciaux) et CTI 2819 (Autres industries d'impression commerciale).

X : confidentiel

PRINCIPALES SOCIÉTÉS (1989)

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
Corporation Moore Limitée	Canada	Toronto (10 ateliers au Canada, 140 à l'étranger)
Imprimerie Quebecor Incorporée	Canada	Montréal (34 ateliers au Canada, 11 aux États-Unis)
Imprimerie Transcontinentale G.T.C. Ltée	Canada	Saint-Laurent (9 ateliers au Canada, 3 aux États-Unis)
Maclean Hunter Limited – Division de l'imprimerie	Canada	Toronto (24 ateliers au Canada, 4 aux États-Unis)
Southam graphique	Canada	Toronto (22 ateliers au Canada, 3 aux États-Unis)

ASSOCIATIONS DE L'INDUSTRIE

Association canadienne de l'imprimerie
75, rue Albert, bureau 906
OTTAWA (Ontario)
K1P 5E7
Tél. : (613) 236-7208
Télécopieur : (613) 236-8169

Association des arts graphiques du Québec
65, rue de Castelnau ouest, bureau 101
MONTRÉAL (Québec)
H2R 2W3
Tél. : (514) 274-7446
Télécopieur : (514) 274-7482

INITIATIVES ET ÉTUDES SECTORIELLES

On peut obtenir les publications suivantes au Centre de services aux entreprises le plus rapproché de chez vous (voir l'intérieur de la page couverture) ou à l'administration centrale (voir l'adresse à la page 8).

Étude de l'industrie canadienne de l'impression de formulaires commerciaux
Février 1991, 56 pages.

Étude de l'industrie canadienne des cartes de souhaits
Mars 1989, 30 pages.

Étude de l'industrie canadienne de l'impression d'étiquettes
Juin 1988, 27 pages.

Étude de l'industrie du clichage lithographique au Canada
Mai 1990, 37 pages.

Ces études décrivent les structures fondamentales et les caractéristiques de chaque industrie, examinent leur rendement récent, font état de leur caractère concurrentiel en regard de leur homologue des États-Unis. Elles analysent également les grandes tendances susceptibles d'influencer, à moyen terme, son orientation future.

Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.